

Un acercamiento a las metodologías de valoración de activos intangibles para la búsqueda del valor razonable

An approach to the valuation methodologies of intangible assets for the search of fair value

Uvenny QUIRAMA Estrada [1](#); Jovany SEPÚLVEDA-Aguirre [2](#)

Recibido: 13/04/2018 • Aprobado: 28/05/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Conclusiones](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Los activos intangibles han cobrado una relevancia exponencial en el mundo. Hoy en día, el conocimiento se presenta como ventaja competitiva en organizaciones y su motor de crecimiento ¿Cómo determinar el valor del conocimiento? El presente artículo expondrá la investigación realizada de las principales metodologías de valoración de intangibles, finalizando con los aspectos más relevantes para la escogencia del modelo, además, de la metodología que más se acerca a los criterios cualitativos y cuantitativos para búsqueda de un valor razonable.

Palabras-Clave: Activos intangibles, valor razonable, metodologías de valoración, flujos de caja.

ABSTRACT:

Intangible assets have gained exponential relevance in the world. Nowadays, knowledge is presented as a competitive advantage in organizations and their growth engine. How to determine the value of knowledge? The present article will expose the research carried out of the main intangible valuation methodologies, ending with the most relevant aspects for the choice of the model, in addition, of the methodology that most closely approaches the qualitative and quantitative criteria to search for a reasonable value.

Keywords: Intangible assets, fair value, valuation methodologies, cash flows.

1. Introducción

En las últimas décadas ha habido un cambio radical en el modelo empresarial: se ha pasado de un sistema basado en la producción industrial, a otro, en el que las empresas basan su éxito en el conocimiento (Martín y Paredes, 2016, p. 126). La explicación que se puede dar a este comportamiento radica, entre otras cosas, al cambio de era, ya que se pasa de la era industrial a la era de la información, con lo cual se cuestiona la importancia de los activos tangibles como elementos prioritarios en la generación de ventaja competitiva en los negocios y, consecuentemente, en la creación de valor en las organizaciones (González, 2015, p. 192).

En la actualidad, el trabajo realizado con respecto al reconocimiento de los activos intangibles en las organizaciones, ha llevado a que áreas del conocimiento entre ellas la contabilidad empiecen a tener en cuenta aspectos como la inclusión de estos activos en los estados financieros de las compañías y más específicamente en la estructura de capital, la revalorización, la determinación del gasto o costo en un proceso de investigación, desarrollo o innovación (I+D+i), entre otros temas presentados en las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) y las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Lo anterior es el reflejo de que el valor de las empresas se fundamenta preponderantemente en la capacidad que sus activos intangibles (dentro de los cuales se destaca el capital intelectual) tienen de generar beneficios económicos futuros, esto en contraposición al anterior esquema de valoración de empresas, el cual únicamente tasaba el valor de éstas en función de la productividad de sus activos tangibles. (Figuroa, 2012, p. 25)

El incremento en el valor en libros de una compañía, a través de la inclusión de activos intangibles en su

estructura de capital, por lo general, presentará a su vez un incremento en el valor comercial de mercado de la empresa. Como lo indica Borrás y Campos (2015):

La eficiente gestión de los activos intangibles representa uno de los factores de éxito de mayor relevancia en la actual sociedad del conocimiento. La estrecha relación entre la administración de los intangibles y los resultados económico-financieros de las empresas ha quedado evidenciada en múltiples estudios científicos en diversos países del mundo. (p. 134).

De acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior, se dice que: en la actualidad, los activos intangibles son los responsables en un alto porcentaje de la creación de valor en las organizaciones (González, 2015, p.192) y es debido a esto que los países que presentan mayores inversiones en activos intangibles que en activos tangibles muestran una mejor preparación en la transición hacia la sociedad del conocimiento (Torres, 2014. p.23).

El reconocimiento de las organizaciones frente a la capacidad de una parte de la empresa llamada capital intelectual, de generar activos intangibles que permitan dar valor a la compañía, abrió las posibilidades de incursionar en el desarrollo de estos activos y permitir la realización de la transferencia del conocimiento generado a través del valor.

Teniendo en cuenta que el propósito de la gerencia es crear riqueza, añadir valor a la firma para que todos los interesados en ella (stakeholders) estén mejor: los accionistas, los trabajadores, los clientes, los proveedores, los acreedores, el estado, la sociedad en general (Vélez, 2013, p.1); se empieza a incursionar en la posibilidad de realizar transferencia a través de procesos de comercialización de activos intangibles, identificando un valor razonable entre las partes, que cumpla con el objetivo de compra y venta, a través de metodologías de valoración que apoyen el proceso de la manera más congruente y eficaz.

Son muy diversas las investigaciones que se han desarrollado a nivel internacional para estudiar la vinculación que existe entre la gestión de los intangibles y los resultados económico-financieros de las organizaciones (Borrás, 2015, p.134). Es por esto que el conocimiento de los modelos, que permitan implementar la medición de estos activos intangibles e incorporarlos en los nuevos modelos de gestión en la economía contemporánea, resulta cada vez más una práctica necesaria. (Ruiz, 2015, p.130).

Con el objetivo de satisfacer la necesidad de medición, es fundamental el reconocimiento de la definición de activos intangibles y aquellos factores que son relevantes tener en cuenta para la determinación del valor razonable. Las NIC 38 mencionan que un activo intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física (Foundation, 2015), Los activos intangibles o capital intelectual, como usualmente se les conoce, son activos a los cuales no es fácil asignarles un valor monetario y que, además, no poseen sustancia física (Mantilla, 2004).

Los procesos de valoración llevados a cabo por expertos, han evolucionado con el pasar de los tiempos debido a las nuevas condiciones que presentan las compañías. Es difícil y poco congruente, seguir valorando bajo los mismos parámetros de valoración de activos tangibles a los activos intangibles, debido a que los dos presentan condiciones diferentes. En el caso de un intangible, es importante tener en cuenta la capacidad que este debe tener de ser reconocido como tal; según las NIC 38, se posee reconocimiento cuando el activo intangible posee la capacidad de generar flujos de caja futuros y que estos sean reflejados en la organización, adicional a que el costo por la realización del activo, pueda medirse de una manera confiable, es decir, que se puedan atribuir costos necesarios como por ejemplo los de un proceso de investigación y desarrollo.

la principal diferencia entre los activos tangibles e intangibles radica en la incertidumbre que existe en cuanto a la capacidad de generar beneficios futuros (González, 2015, p.192). No es fácil la identificación y valoración de este tipo de activos ya que, como su nombre lo indica, se basan en elementos inmateriales como la información y el conocimiento, razón por la cual han pasado durante mucho tiempo prácticamente invisibles para la Contabilidad y las Finanzas (González, 2012, p.10).

Teniendo en cuenta que el objetivo de la valoración es encontrar la relación óptima entre el precio pagado por un activo y la rentabilidad esperada por esa inversión (Avella, Gómez, y Pérez, 2016, p.176), se han venido desarrollando múltiples metodologías de valoración de intangibles, con el fin, de identificar como lo menciona las NIC 38, el valor razonable, que es definido como "el importe por el cual puede ser intercambiado un activo entre un comprador y un vendedor interesados y debidamente informados, en una transacción realizada en condiciones de independencia mutua" (IFRS, 2010).

Los métodos de valoración proporcionan una guía para negociar a pesar de su alto grado de incertidumbre (Vélez, 2013, p.12); sin embargo, la valuación ineficiente de los activos intangibles tiene importantes efectos negativos económicos y sociales e implicaciones significativas para las organizaciones y sus accionistas, puesto que la subvaluación de los activos reduce su capacidad para conseguir capital adicional (Hernández, 2015, p.109).

Muchas han sido las metodologías de valoración que se han desarrollado a lo largo del tiempo para la contribución a la determinación de un valor razonable para los activos intangibles. A continuación, se presentarán algunas de estas metodologías y se ahondarán en las que han tenido mayor relevancia en la normativa contable NIC y en las normas internacionales de valoración (IVS) donde se crean estándares internacionales de valoración de todo tipo de activos.

2. Metodología

El estudio se realizó con enfoque cualitativo - hermenéutica desde la dimensión teórica de las variables implicadas.

2.1 Metodologías de valoración de activos intangibles

Dada la necesidad de mejorar la gestión del capital intelectual, se han desarrollado diferentes metodologías que contribuyen a su medición y valoración, dentro de las que se destacan los modelos: «Cuadro de mando integral», «Monitor de activos intangibles», «Navegador de Skandia», y los modelos «Nova», «Intellectus» y «Rivero-Vega», entre otros (Ruiz, 2015, p.122).

Según Rotstein y Zuntini (2000), hay varias técnicas y modelos para evaluar los activos intangibles entre las técnicas están el valor relativo, el puntaje balanceado, los modelos de competencia, el desempeño de subsistemas, los puntos de referencia (benchmarking), etc; y los modelos de capital intelectual: Navigator de Skandia, Balanced Business Scorecard, Capital Intelectual de Johan Roos, Nicola Carlo Dragonetti y Goran Roos, Intellectual Assets Monitor, Technology Broker, el modelo de Dirección Estratégica por Competencias y el modelo Intellect de Euroforum.

Dentro de las metodologías mencionadas anteriormente, una de las más reconocidas en el mercado es el Balanced Scorecard; el modelo consta de una matriz que combina un sistema de indicadores financieros y no financieros que tienen como objetivo medir los resultados obtenidos por la organización. (Figuerola, 2012, p.28). El Balanced Scorecard agrupa tanto medidas financieras como no financieras dentro de las cuatro perspectivas (González, 2015, p.196).

Otra de las metodologías mencionadas es el índice de auditoría creado para gerenciar internamente el capital intelectual. El método cuenta con un rango de indicadores que tienen un estándar que representa el buen estado del indicador. Adicional, se encuentra el método Viedman's Intellectual Capital Benchmarking System es un método que consiste en un proceso de evaluación en el que el activo intangible es evaluado en función del juicio de un experto. (González, 2015, p.196).

Las metodologías de valoración descritas hasta ahora, poseen un enfoque cualitativo que es fundamental, con el fin de generar un conocimiento del contexto en el que habita el intangible y de todos aquellos aspectos internos de la organización y externos del mercado, que pueden afectar el valor del activo. Sin embargo, muchos de los modelos desarrollados también presentan una orientación mixta o netamente cuantitativa.

Una de las metodologías basada en un enfoque cualitativo pero con datos cuantitativos es Navigator de Skandia un instrumento capaz de medir de manera práctica y con indicadores financieros y no financieros el capital intelectual, visualizando de forma rápida el hoy, el ayer y el futuro de una organización (López, Nevado, y Baños, 2008); Navigator de Skandia plantea una estructura basada en cinco enfoques, centrando su atención en el enfoque humano, se vale de indicadores acumulativos, competitivos, comparativos y combinados (Avella et al., 2016, p.176).

Dentro de las metodologías cuantitativas, se presenta la regla del 25% basada en la intuición. La definición más común de este método es que el dueño de la licencia debe recibir el 25% de las utilidades brutas de quien usa la licencia. Pretende asignar el valor de la tecnología entre las partes (Vélez, 2013, p.25). La regla del 25% es una metodología fácil de utilizar, sin embargo, es altamente subjetiva y deja a la imaginación de las partes, muchos procesos a tener en cuenta al momento de determinar el valor del activo como por ejemplo la condición del mercado en el que se encuentra el intangible.

Hay dos clases de métodos de valoración: los contables y los de rentabilidad. Los métodos contables incluyen el de valor en libros, valor con ajuste de activos netos, valor de reposición y valor de liquidación. Por otro lado, los métodos de rentabilidad consideran la capacidad de la firma de generar riqueza futura. Los más conocidos son el valor en bolsa, múltiplos de firmas similares y el flujo de caja descontado (Vélez, 2013, p.1); este último, hace parte de las metodologías recomendadas por la normativa contable y en los estándares internacionales de valoración.

Teniendo en cuenta que, el marco conceptual de la IASB (International Accounting Standards Board) define la medición como un proceso que determina las cuantías monetarias reconocidas en los estados financieros (Avella et al., 2016, p.175), los métodos más utilizados en la valoración de activos intangibles son: los basados en ingresos, en el mercado o transacciones similares, y en los costos (Bouteiller & Karyotis, 2010; IFRS, 2010; Tejera, 2013).

Varios organismos internacionales han definido sus pautas metodológicas para ser aplicadas de manera global y regular en la medición de los activos (Ruiz, 2015, p.126). Las guías del "International Valuation Standard Council", en consonancia con los estándares contables (NIC 38 e IFRS 3) imponen una jerarquía en los criterios de valoración: metodología de mercado y metodología de ingresos; si ninguna de éstas se pudiera utilizar se aplicaría la metodología del coste de reposición del activo intangible concreto (Avella et al., 2016, p.130).

Muchos han sido los estudios realizados para la identificación de la metodología más adecuada de valoración de intangibles; sin embargo, al día de hoy, las metodologías avaladas para la búsqueda del valor por la

normativa contable y financiera, se representan bajo la posibilidad de la razonabilidad en el resultado a partir de información que no presente la subjetividad del valorador y abra paso a la formalización de procesos que den cabida a la aprobación por parte de cada uno de los interesados en el proceso de transferencia.

Para identificar la metodología más adecuada de valoración de intangibles presentada por el International Valuation Standard Council (IVSC), a continuación, se hará la descripción detallada que permita al valorador tener criterio de decisión sobre el modelo.

2.2. Metodología del costo

Es un proceso de trazabilidad hacia atrás que posibilita tener el valor actual de la inversión realizada según las NIC 38 (Correa, Arango, y Castaño, 2011, p.100).

La metodología del costo, presenta la posibilidad de identificar los recursos, ya sea humano y/o de capital, utilizados para la generación del activo intangible y a partir de esta información, determinar su valor. Con respecto a la metodología del mercado y la de ingresos, el costo es la metodología más fácil de realizar desde que se posea el reconocimiento sobre lo ejecutado para la realización del activo. La principal debilidad del modelo, se fundamenta en la capacidad nula de generar perspectiva sobre los ingresos futuros por la explotación del activo intangible, adicional a que no se tiene algún reconocimiento del comportamiento del mercado y así determinar la posibilidad de explotación.

Este método de valoración basado en costes, suele ser el adecuado cuando el activo no es único y puede ser fácilmente reemplazable (Tejera, 2013).

2.3. Metodología de mercado o transacciones similares

Como su nombre lo indica, esta metodología se enfoca en la identificación de transacciones de activos similares que se hayan realizado en el mercado.

De acuerdo a lo anterior, dos transacciones son comparables cuando no existen entre ellas diferencias significativas en los factores que afectan al precio del activo o al margen de la operación, o cuando existiendo diferencias, puedan eliminarse efectuando las correcciones necesarias (Tejera, 2013).

En muchas ocasiones no es aplicable por dos razones fundamentalmente: porque el producto o servicio subyacente es nuevo producto de la investigación o porque, a pesar de tratarse de un producto similar a uno existente en el mercado, no hay referencias de valoraciones similares, por lo que no se tendría parámetro de comparación (Correa et al., 2011, p.100).

La metodología de mercado es el modelo que puede generar el valor más congruente con el mercado, sin embargo, la dificultad para su implementación se genera debido a que, una vez se desarrolla la tecnología, lo más probable es que no exista un buen elemento comparativo en el mercado (Correa et al., 2011, p.91)

En el caso en que el activo intangible no posea un comparativo en el mercado o no genere una relación congruente con una transacción específica, será difícil o poco probable la realización de la metodología del mercado ya que el principal fundamento del modelo, es la calidad de la información; en este caso, sería recomendable, que, para identificar los ingresos futuros del activo, se piense en trabajar la metodología de ingresos.

2.4. Metodología de ingresos

Los estándares contables, (...) posicionan la metodología de ingresos como la más importante (Martín y Paredes, 2016, p.127).

Las metodologías de ingresos son aquellas que, como lo menciona la normativa AENOR en su norma 166008 de 2012, se derivan de un cálculo aproximado de los ingresos o beneficios económicos pasados y futuros. Valoran la contribución económica que tiene el activo en su uso actual y/o futuro, para el propietario actual y/o para el potencial comprador o licenciataria del mismo (Tejera, 2013).

Entre las tipologías de ingresos más frecuentes se encuentran: el método de ahorro de royalties, el método de exceso de rendimiento en periodos múltiples (MERM), el de los flujos de caja incrementales y el de las opciones reales (Martín y Paredes, 2016, p.130).

La normativa AENOR, tiene 5 categorías como lo son: el método de capitalización de ganancias históricas, el método del componente de prima o precio, el método de ahorro en costes, el método del cálculo de ahorro en cánones y el método basado en flujos de caja descontados.

A continuación, se realizará la descripción de las metodologías de ingresos más frecuentes:

La metodología de Royalties: especialmente utilizado para valorar marcas y patentes (...) Determina el flujo correspondiente a la marca tomando como referencia lo que un tercero pagaría por su uso (...) en primer lugar, estima las ventas de las compañías bajo un horizonte de vida. En segundo lugar, determina el royalty que correspondería a esa proyección de ventas, posteriormente, éste se multiplicaría por las ventas proyectadas hallando el flujo de caja correspondiente a la marca. En tercer lugar, es preciso determinar una tasa de descuento adecuada, que incorpore el riesgo asociado al activo a valorar, y, por último, bastaría con actualizar los flujos de caja y hallar el sumatorio de los valores actualizados, cuyo resultado correspondería

al valor de la marca (Martín y Paredes, 2016, pp.130-131).

Esta metodología permite identificar la relación entre el deseo de compra del vendedor y a su vez, la posibilidad de pago del comprador con el fin de obtener el valor razonable que satisfaga el proceso de transacción entre las partes antes de generar un comunicado de negociación.

En las transacciones de patentes o marcas, como lo menciona Martín y Paredes, es muy recurrente el establecimiento de regalías o royalties, las cuales, determinarán un porcentaje de participación periódica para el dueño de esta marca o patente, sobre las ventas a las que tuvo acceso la entidad que realizó la explotación y comercialización. El porcentaje de regalías establecido, debe permitir al comercializador del intangible generar unos rendimientos mínimamente por encima de la tasa de descuento establecida.

Metodología basada en descuentos de flujos de caja futuros: Según la normativa AENOR 166008 de 2012 se basa en el potencial futuro del activo. Consiste en realizar una predicción de los ingresos futuros estimados del activo intangible, capitalizándolos al valor presente neto (Tejera, 2013).

Para el desarrollo de esta metodología, es necesario tener un reconocimiento claro de la inversión necesaria para la explotación del activo con el objetivo de establecer de una manera congruente los costos y los gastos asociados a la comercialización del activo en el mercado; adicional, es fundamental la calidad de la información adquirida del mercado como por ejemplo el comportamiento y las proyecciones de crecimiento del sector económico en el que se desenvuelve el intangible, la competencia directa e indirecta manejada por el activo, entre otros factores que permitan dar la solvencia que requiere el resultado obtenido.

Según la normativa AENOR, la ventaja del método consiste en que permite calcular el valor de los ingresos que el activo generará para la organización y dar valor en el momento de la valoración. Sin embargo, menciona adicionalmente la normativa que es una metodología difícil de aplicar, dada la complejidad e incertidumbre de realizar las previsiones de manera solvente.

La metodología de descuentos de flujo de caja, es comúnmente manejada para la valoración de empresas. La facilidad que presenta esta metodología en compañías, a diferencia de los activos intangibles, se ve reflejada por los históricos de los flujos de caja presentados por la empresa en operaciones reales de periodos anteriores; a diferencia de los activos intangibles que aún no tienen un reconocimiento en el mercado y que en algunos casos ni poseen la capacidad de compararse con algún activo en comercialización; la clave del éxito de esta metodología está en la solidez de los datos suministrados para la proyección de sus flujos de caja futuros.

Hay dos corrientes en cuanto a valoración de intangibles: unos que consideran que pueden llegar al valor "exacto" de una marca usando índices y flujos de caja y otros que consideran que se puede llegar a ese valor con medidas subjetivas y apreciaciones, o al menos que los métodos "exactos" deben ser complementados con apreciaciones subjetivas (Vélez, 2013, p.44).

De acuerdo a lo anterior, algunas metodologías de valoración han buscado la posibilidad de tener dentro de su modelo medidas no solo cuantitativas sino también cualitativas, que ayuden a establecer un valor razonable teniendo presente las decisiones de orden gerencial, las cuales son usualmente, de gran relevancia para la determinación del rumbo que adoptará el activo en el mercado y la empresa.

La metodología hasta ahora mencionada en procedimientos internacionales como en el caso de la normativa AENOR, que cumple con las condiciones de un proceso cualitativo y cuantitativo, es la metodología de opciones reales.

Las opciones reales se entienden como la aplicación de la metodología de las opciones financieras a la gestión de activos reales, es decir, a la valoración de inversiones empresariales, puesto que todo proyecto de inversión tiene algún grado de incertidumbre y cierto margen de flexibilidad que dicha metodología permite valorar (Suárez, 2004).

En el caso de los activos intangibles, el método basado en opciones es un enfoque que integra de forma sistemática otros métodos anteriores, como el de descuento de flujos de caja, pero incluyendo el aspecto dinámico de las decisiones en un entorno variable, teniendo en cuenta cualitativa y cuantitativamente los riesgos asociados (Tejera, 2013, p.14).

Sobre la metodología de opciones reales, se han derivado otro tipo de modelos como es el caso de: las opciones compuestas, opciones reales múltiples, procesos estocásticos complejos y combinación de opciones reales con Teoría de Juegos (González, 2012, p.13), entre otros, que llevan a la articulación entre las metodologías de ingresos y las decisiones organizaciones frente al activo intangible como por ejemplo el aplazar el proceso de comercialización porque aún no es el tiempo, abandonar el avance del desarrollo del intangible, entre otras decisiones que permitirán que el valor otorgado por la metodología no solo se afiance a partir de la información de mercado, sino también de las consecuencias que pueden llegar a resultar de una toma de decisiones que a fin de cuentas puede generar un mayor valor o en últimas, subvalorar el intangible.

La metodología hasta ahora más consecuente con las necesidades de información para la valoración de un activo intangible es el método de opciones reales. Este método es el que recoge de manera más amplia la incertidumbre y la posibilidad de tomar diferentes decisiones y alternativas en la evolución de un activo intangible, considerando la volatilidad, la flexibilidad y la contingencia en las diferentes situaciones (Tejera, 2013, p.12). Sin embargo, como lo menciona la normativa AENOR, por su complejidad, es actualmente, poco

utilizado; adicional al escaso tiempo registrado en el mercado, lo que representa el posible desconocimiento para alguna de las partes en un proceso de comercialización y a su vez en la normativa contable y financiera, lo que indica una poca probabilidad de aceptación, por lo menos, hasta que entre en el reconocimiento de tanto compradores como vendedores de una transferencia de intangibles.

En la actualidad, no se ha tenido mucho éxito en la formulación de un modelo lo suficientemente robusto para la valoración financiera de los activos intangibles (González, 2012, p.27); los métodos de medición de intangibles en la literatura revisada se caracterizan por ser limitados y subjetivos (González, 2012, p.9).

Existen metodologías de valoración de intangibles como se analizó anteriormente, que tienen un enfoque cualitativo, otras cuantitativo y algunas manejan un enfoque mixto como es el caso de las opciones reales; sin embargo, en la determinación de la metodología más adecuada, cobra relevancia, como lo dice Pablo Fernández, el "para quien" se determina ese valor (...) y de igual forma, es de vital importancia concretar el "para que" se quiere determinar el valor de una marca, si es para la venta de la misma, o bien para cobrar una serie de royalties, o como un elemento de ayuda en la gestión de la propia marca, o para activar su valor en el balance y poder amortizarlo después (Fernández, 2009, p.5)

El "para quién" y el "para qué", son las preguntas a las que los valoradores se deben enfrentar antes de elegir una metodología de valoración, ya que existen algunos modelos que como se reflejó antes, abarcan mayores condiciones para la búsqueda de un valor razonable, sin embargo, no siempre es necesario; en el caso, por ejemplo, de que una empresa desee informarse sobre el valor contable de los desarrollos tecnológicos, producto de un proceso de investigación y desarrollo que aún no se pretenden presentar al mercado, posiblemente sea mejor opción la metodología del costo, que permitirá identificar todos los costos asociados al proceso establecido para llegar a este desarrollo tecnológico.

Adicional al cuestionario inicial para la búsqueda de la metodología más adecuada de valoración de intangibles, es fundamental, el acceso a la información disponible sobre la transacción específica y otras similares, teniendo en cuenta además las perspectivas de explotación futura del bien y los parámetros que deben aplicarse para capitalizar los flujos de ingresos o beneficios atribuibles a esa futura operación (Torre, 2010, p.850). Por lo general, la experiencia demuestra que la falta de información en el mercado sobre un bien intangible y las discrepancias en las normativas que regulan la materia son el mayor problema a afrontar para determinar su valor (Torre, 2010, p.883).

Es fundamental la información que como valorador puedo tener del activo intangible a valorar, ya que depende del conocimiento sobre el mercado, la empresa generadora del activo, las posibles compañías compradoras del bien, los activos similares y las transacciones de estos activos en mercado, entre otros muchos aspectos; adicional a las exigencias mínimas de reconocimiento del activo en cada modelo, que se determina la metodología de valoración más adecuada para la búsqueda de ese valor razonable en el que las partes de un proceso de comercialización y transferencia, permanezcan satisfechas.

Debido a lo diversas y complejas que pueden mostrarse las transacciones de bienes intangibles en la actualidad, el tratar de establecer un método de valoración único resultará una tarea poco eficaz, pues cada transacción puede rodearse de factores y circunstancias muy diferentes, todas ellas influyentes de manera determinante en el establecimiento del precio de transferencia (...) Por lo tanto, dependiendo de la categoría del bien que se transfiere, la valoración generalmente se centrará en el uso de una determinada metodología (Torre, 2010, p.850).

3. Conclusiones

Aquella metodología que cumple con las mayores condiciones de valoración por poseer un enfoque cuantitativo con el método de ingresos y cualitativo con todas aquellas decisiones de orden gerencial que se puedan gestar sobre el intangible, es la metodología de opciones reales, ya que no solo le da valor a las condiciones del mercado y la relación financiera de la empresa con el activo, sino también a todos aquellos aspectos que de alguna manera no se tienen en cuenta en una valoración, pero que tienen la capacidad de crear o perder valor.

Sin embargo, aún en el caso de la metodología más desarrollada como es el caso de las opciones reales, de nada serviría su implementación, si desconocemos las decisiones organizacionales, además lo que se desea hacer con el activo a valorar y quienes son los principales interesados en la explotación del intangible.

Muchas han sido las metodologías de valoración que se han desarrollado para la búsqueda del valor razonable de un activo intangible; valor, en el que tanto oferentes como demandantes del activo, se sientan satisfechos en su etapa de transacción y transferencia; sin embargo, como se mencionaba anteriormente, todas las metodologías tienen la posibilidad de ser parte de la determinación del valor, dependiendo del para que y el para quien de la valoración, adicional y no menos importante, a la información que se logre concebir y que permita la sinergia con un modelo en específico.

Es importante a su vez que las metodologías de valoración, no se desdibujen de la normatividad contable y financiera y siempre busquen propender por el cumplimiento de características y procesos que deben ir de la mano del activo intangible para la búsqueda del valor razonable y el proceso de implementación de este valor en la contabilidad de una organización en específica, en el momento de realizar el proceso de transferencia con la comercialización del activo intangible.

Referencias bibliográficas

- Bouteiller, C., & Karyotis, C. (2010). The evaluation of intangibles: Introducing the optional capital. *Investment Management and Financial Innovations*, 7(4), 85–92.
- Correa, J. A., Arango, M. D., y Castaño, C. E. (2011). Metodologías de valoración de activos tecnológicos. Una revisión. *Pensamiento y Gestión*, (31), 83–108. Recuperado de: <http://ezproxy.unal.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9hyAN=75497975&lang=es&site=eds-live>
- Fernández, P. (2009). Valoración de marcas e intangibles. *Iese*, 3, 1–24. https://doi.org/http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=975471
- Figueroa, V. M. (2012). Capital Intelectual: Su Valoración en el Contexto Empresarial (Intellectual capital assessment on the entrepreneurial context). *TEC Empresarial*. Recuperado de: http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/628
- Foundation, I. (2015). NIC 38: Activos Intangibles. *International Financial Reporting Standards (Red Book)*, 1–20.
- González, P. (2015). Propuesta de un modelo para medir activos intangibles en empresas de software a partir de una herramienta multicriterio. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 191–201. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.12.002>
- González, Y. (2012). Enfoque de opciones reales para la valoración financiera de marcas. *AD-Minister*, 21(21), 9–32.
- Hernández, R. G. (2015). Valuación y reconocimiento de activos intangibles: un enfoque estratégico (Reseña). *Ciencia Administrativa*. Recuperado de: <http://revistas.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1729>
- IFRS. (2010). Norma Internacional de Contabilidad 38: Activos intangibles. *International Financial Reporting Standards (Red Book)*, 1(c), 1–20. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/no_oficializ/nor_internac/ES_GVT_IAS38_2013.pdf
- López, V. R., Nevado, D., y Baños, J. (2008). Indicador sintético de capital intelectual: Humano y estructural. Un factor de competitividad. *Eure*, 34(101), 45–70. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612008000100003>
- Ruiz, M.A. (2015). El impacto de los intangibles en la economía del conocimiento. *Economía Y Desarrollo*, 155(2), 119–133. <https://doi.org/10.3926/ic.567>
- Suárez, A. (2004). Opciones Reales. *Documentos de Trabajo de La Facultad de Ciencias Económicas Y Empresariales*, Universidad Complutense de Madrid, (4), 1–13.
- Tejera, J. (2013). La norma UNE 166008:2012 de Transferencia Tecnológica. *Revista Mensual de La Asociación Española de Calidad*, 1(1576–4915), 30–33. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4869317>
- Torre, V. (2010). Problemas de precios de transferencia de bienes intangibles en las empresas multinacionales. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, (128), 845–893.
- Torres, L. (2014). La importancia de los activos intangibles en la sociedad del conocimiento. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (18), 0–1. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/almirez.ual.es/descarga/articulo/5127478.pdf>
- Vélez, I. (2013). Métodos de valoración de intangibles. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, IX(17), 29–47. <https://doi.org/DI-771>
- Avella, C. M., Gómez, E. M., y Pérez, I. R. (2016). La valoración del capital intelectual en las pequeñas y medianas empresas de la provincia de Sugamuxi. *Desarrollo, economía y sociedad*. 5 (1), 167-181.
- Borrás, F. (2015). La gestión de los intangibles: propuestas para la medición de su eficiencia en las empresas cubanas. *Economía y Desarrollo*. 133-148.
- Martín, G. R., y Paredes, M. R. (2016). Valoración de marcas a través de modelos. Una aplicación a Meliá Hotels International. *Cuadernos de estudios empresariales*, 125-153.
- Rotstein, F., y Zuntini, J. (2000). La crisis empresarial, el capital intelectual y las oportunidades para las pymes. *Escritos contables* (41), 91-134.

1. Economista, Especialista en formulación y evaluación de proyectos públicos y privados, Magister en Administración (MBA). Docente del Programa de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Americana. E-mail: uquirama@americana.edu.co

2. Magister en Gestión de Innovación Tecnológica, Cooperación y Desarrollo Regional del instituto Tecnológico Metropolitano. Investigador asociado al Grupo de investigación AGLAIA de la Corporación Universitaria Americana. Email: vicerectorinvmed@coruniamericana.edu.co

